
NO
JUEVES 14 DE FEBRERO DE 2008. AÑO 16.
N° 841. SUPLEMENTO JOVEN DE Página/12
LOS PUBLICISTAS HACEN CANCIONES
Este es el tema del verano
Los creativos encontraron una manera de perdurar en el inconsciente colectivo: hacen canciones que cantaremos incluso sin recordar exactamente qué productos vendían. Los “temas del verano” de 7-UP, CTI, Speedy o Fibertel, entre otros.

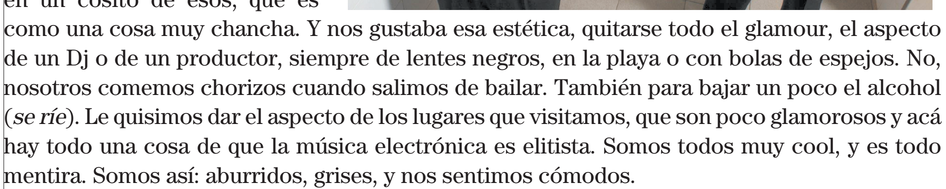
OMAR, GRUPO ELECTRONICO CHARRUA

“Comemos chorizos cuando salimos de bailar”

POR JULIA GONZALEZ

Omar no es un Dj que remixa música uruguaya sino que Omar son dos uruguayos: Nacho Benedetti y Pablo Bonilla, el dúo que se encarga de hacer los remixes de Bajofondo, a expreso pedido de Gustavo Santaolalla y Juan Campodónico, productor del primer álbum homónimo del dúo. “Cuando salió el último disco de Bajofondo, querían que Omar tuviera un costado más pistero, y empezamos a involucrarnos un poco más”, dice Nacho desde su Uruguay natal, sobre la participación del dúo en la banda de tango.

El disco de Omar tiene temas representativos de cantores uruguayos, como Laura Canoura, Jorge Mauricio Ubal y Rubén Olivera, autores de *A redoblar*, un himno contestatario de los años de la dictadura. “Las canciones que incluimos en el disco son las que más nos pegaron cuando las escuchamos”, dice Nacho.



–¿Por qué en el arte del disco está la foto de un quiosco bajonero, propio de la costanera?

Nacho: –Esos quiosquitos son parte de todo, del arte. Cada vez que salimos de bailar terminamos comiendo hamburguesas en un cosito de ésos, que es como una cosa muy chancha. Y nos gustaba esa estética, quitarse todo el glamour, el aspecto de un Dj o de un productor, siempre de lentes negros, en la playa o con bolas de espejos. No, nosotros comemos chorizos cuando salimos de bailar. También para bajar un poco el alcohol (*se ríe*). Le quisimos dar el aspecto de los lugares que visitamos, que son poco glamorosos y acá hay todo una cosa de que la música electrónica es elitista. Somos todos muy cool, y es todo mentira. Somos así: aburridos, grises, y nos sentimos cómodos.

A propósito de la estética de los choripanes, existe Omar Gutiérrez, un personaje de la televisión uruguaya en quien pensaron para bautizar al dúo. El tal Gutiérrez se acerca a la figura bizarra de una Mirtha Legrand de almuerzos inmortales. Nacho compara ambos personajes con la cultura pop de su país: “Queríamos acercar los iconos del campo popular al mundo snob de la música electrónica, entonces Omar calzaba perfecto”, concluye Nacho.

HEADPHONES HACE “NEOAFROPSICOMODERNOPUNK”

“Pensamos en inglés”

POR MARIO YANNOULAS

Un vinilo gira en una habitación de Haedo. Puede ser **Love Bites**, de Buzzcocks, **In the City** de The Jam, o **Unknown Pleasures** de Joy Division. O alguno de los Stooges. Dos hermanos prestan atención y mueren de ganas de usar ese lenguaje, pero en el Gran Buenos Aires. Unos cuantos años después, lo que gira es un disco compacto de Headphones que parece afirmar que algo han conseguido. De eso se trata el primer disco de esta banda del Oeste, recién aparecido en las bateas, en el que el trío formado por Agustina y Emiliano Pasqualicchio (Agus y Emi Headphone, respectivamente) y Juan Szawarniak (Johnny Headphone) se despacha con nueve temas de “neoafropsicomodernopunk” cantados en inglés y en la voz de una mujer, con una versión de *Hello I Love you* de The Doors incluida. Lo cierto es que el resultado es un punk rabioso, bastante sucio, pero a la vez ganchero, y que inevitablemente remite a épocas pasadas. No buscaron desesperadamente la novedad sino hacer un estilo, y hacerlo bien.

“Nos gusta esa cosa de la mina guerrera de Blondie, o de Siouxsie. Cuando probábamos cantante siempre eran chicas, pero ninguna encajaba con nosotros tres. Así terminó cantando Agus”, explica el baterista Emi.

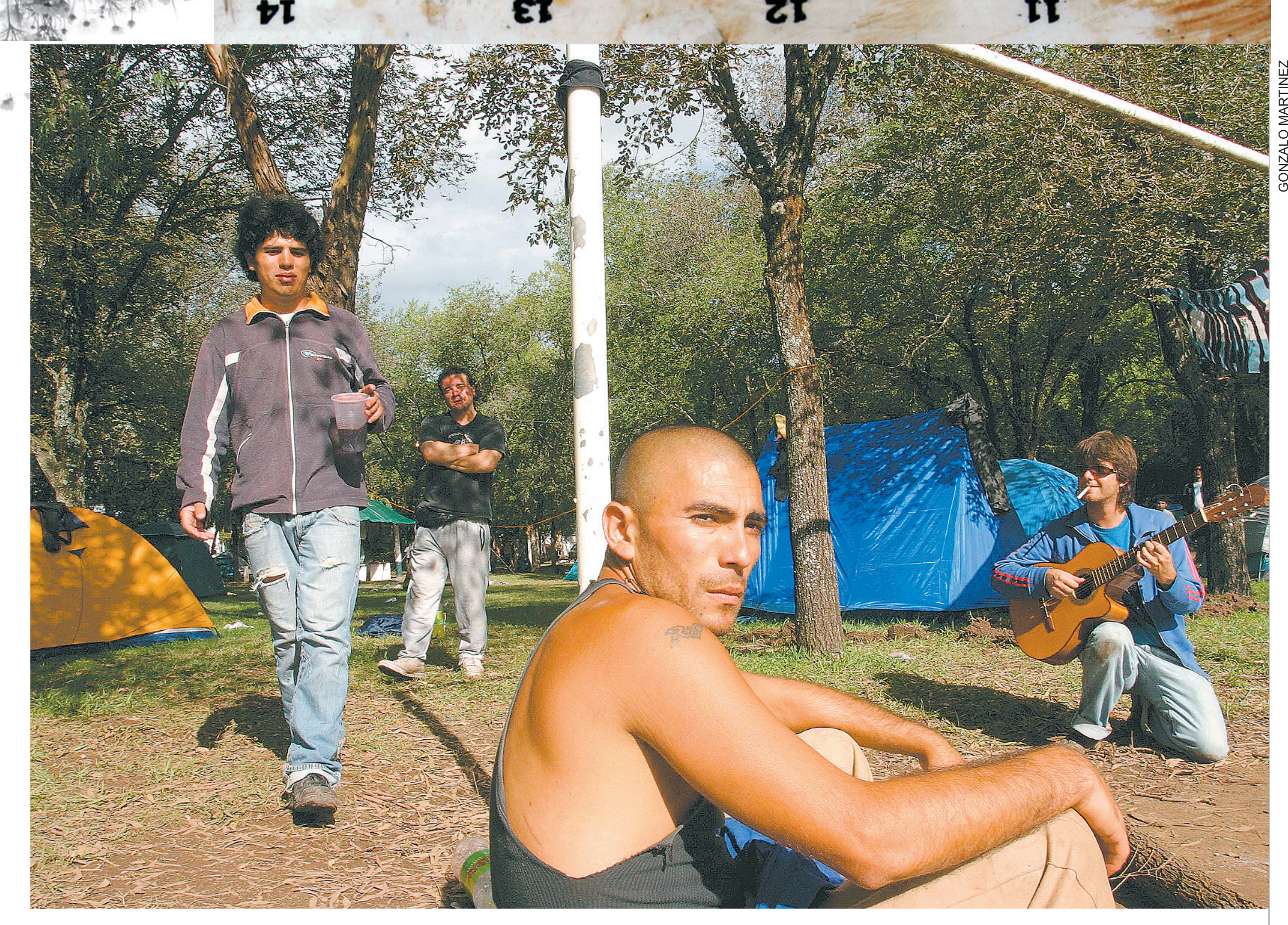


El disco, también titulado **Headphones**, tiene un espíritu salvaje. La gráfica sigue esa misma línea argumental. Un booklet de un pliego, texto en inglés, pins y camperas de cuero. Negro y más negro. Finalistas del concurso Motorokr –organizado por Motorola– en el que fueron elegidos entre las más de seiscientas bandas que se presentaron, Headphones rompe la lógica con la que un musicalizador de FM programaría “rock nacional”, con todo lo difuso que el término resulta. No muchas bandas argentinas lograron cantar en inglés con éxito (las más recordadas son Sumo y Fun People, y aún así no lo aplicaron a todo su repertorio). “Muchas veces nos bajaron el pulgar y nos dijeron que cantáramos en castellano –revela Emi–, pero la fonética entra justo en este tipo de música. Quizás el castellano te deforma todo el tema. Las frases van cayendo solas: hacemos base los tres, la zapamos y cada uno se lo lleva para escuchar. No traducimos las letras, las pensamos en inglés.”

FLASHES BIZARROS DE COSQUIN ROCK '08

Para Pomelo que lo mira por TV

POR CRISTIAN VITALE
DESDE COMUNA SAN ROQUE


GONZALO MARTINEZ

Gente con la cabeza quemada por el rock. Sería altamente beneficioso que alguien le aconseje a Mr Capusotto un rodeo por el próximo Cosquín Rock (si es que se hace). Garantizado: tendría material de sobra para un tendal inextinguible de shows. Puede ocurrir que un cordobés tierra adentro –barba a lo Fidel Castro, porte de bandido rural– le cuente que atravesó la Cordillera a lo largo –¡a caballo!–, siguiendo la huella de un jaguar. Y que se tiroteaba con los carabineros de Chile cada vez que transponía el límite. Puede, también, intervenir en una mesa redonda con fotógrafos y periodistas de rock (seis de la mañana) donde la temática central pase por resolver cuánto tarda un helicóptero de Bialet Massé a Lanús, sin que haya una respuesta certera. "120 kilómetros por hora en helicóptero no es lo mismo que 120 km en auto", se oye decir a uno de los expositores. Bizarro. Puede, si es que queda varado en el predio y ningún Cristo sobre ruedas lo lleva a destino, encarar una caminata insólita por la infatigable ruta serrana y toparse con una galería de personajes: tres ricoteros sin retorno durmiendo con la cabeza literalmente apoyada en el barro; un tetrabrick antropomórfico que tarda ¡veinte minutos! en levantarse del piso para tomar otro vaso, o dos correntinos (siete de la mañana, camping caótico, hectolitros de Fernet) con los bolsillos quemados también por el rock. Dato al paso: tomar o comer algo dentro del predio fue suicidar el trabajo de meses en tres días. Una hamburguesa, $ 8; una cerveza, $ 10; un atado de cigarros de 20 ¡8 pesos! Y un pancho, cinco. Palazzo –para la próxima– ¡es la clase trabajadora! Flashes outsiders de un festival que, en general, gozó de una organización impecable. Mucho mejor que el debut entre el río y las montañas en 2005, y algo más organizado que en las dos ediciones pasadas. Los músicos también pagaron: rindió La Vela Puerca, sorprendieron Los Ratones, brillaron Las Pelotas, sedujo Intoxicados, cumplió Botafogo, emocionó León y la rompió Almafuerte... el resto acompañó. Cien mil personas (redondeando) fue el total de gente en los tres días y más de setenta bandas pasaron por la escena. Eso sí, sugerencia a futuro para la organización: en vez de gastar gruesos morlacos para traer a Suicidal Tendencies, sería más eficaz invitar a Pomelo. Todos morimos por ver a Perón cantando *Me gusta ese tajo*.

LOS PUBLICISTAS QUIEREN HACER "EL TEMA DEL VERANO"

Qué bueno vivir como e

POR FEDERICO LISICA

Cierto espíritu despunta alto entre los publicitarios, sus canciones suenan más allá de las pantallas de TV, y los músicos reconocidos quedan afuera de la competencia por conseguir la medalla sonora estival. O al menos encapsulados dentro de lo que una tanda publicitaria impone. Si Los Piojos imponían un estribillo ganador como *Fasolita querido*; los Pericos lanzaban *I'm Waiting for your Love*; acaso Cucho Parisi de Los Auténticos Decadentes, algunas olas atrás, creó la bisagra necesaria para una campaña de Multicanal con un hit certero y lastimoso. Innegable como que, desde el '06, los spots se han vuelto la mejor opción para imponer una canción suceso. Empezó con *Gloria*, oldie interpretado por Laura Branigan convertido en soundtrack de las tipologías veraniegas para Quilmes. En las pasadas vacaciones, la metodología se vio reforzada con *El tema del verano* a cargo de CTI. Ahora, cuatro campañas de reconocidas marcas basan sus propuestas en jingles, reversiones y melodías con frases gancheras, con la intención de convertirse en los "temas del verano". Suenen mal o bien, no deja de hablarse de ellas.

El sucundún y el main target

"Creo que basta con escuchar la programación musical de las radios, o los videos de alta rotación de los canales de TV, para darse cuenta de que la música popular de la temporada está basada en cosas pasajeras, en la facilidad para ser incorporada, sin que esto implique un juicio de valor sobre la pieza. Así es como el imaginario del verano predispone a muchas cosas pasatistas: relaciones, comidas, lugares, horarios y, por supuesto, música. Porque el verano es eso de alguna manera. La anécdota liviana, el permitirse relajar. Si vas a una pileta climatizada en invierno, vas a ver gente nadando, en verano la misma pileta se llena de bombas, carpas y otras clásicas cabriolas más o menos natatorias. La pileta es la misma, la gente no. Eso mismo pasa con la publicidad: refleja el cambio que el verano opera sobre la gente e incorpora códigos y humores más permisivos, no tan 'cerebrales'."

Quien descifra la opinión de los consultados es Juan Pablo Gariglio, director creativo de El Cielo. Agencia que en este '08 se vio en la difícil tarea de repetir el éxito de CTI y su última campaña veraniega (creada por Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi). Lo que surgió fue *Espeluznante*, spot en donde un lobo marino pasea por Mar del Plata al compás de una reversión de *Thriller* en clave pop ochentosa (justo a 25 años de la edición del disco de Michael Jackson, el más vendido de la historia del rock). "El link se produce espontáneamente, el comercial del año anterior había tenido una muy buena repercusión y explícitamente trabajaba sobre el tema del verano. En el caso del nuestro, si bien la idea pasa por otro lado, y lo que se comunica también es distinto, se intentó continuar con lo que se había logrado el año pasado."

Otra forma de concebir una canción es la de tomar una frase o concepto contundente y asociarlo al verano. Desde un lacónico "¡Qué bolú!" o el más teen "Dame tu correo electrónico". Fernando Tchechenistky, director creativo de Speedy en la agencia DDB, destaca que su objetivo no fue el de dar justo en el inconsciente colectivo de esta estación. "Sí queríamos que el comercial se destaque en la tanda en un período muy competitivo, pero la música es sólo un elemento más del comercial que sin la historia no es nada. En cambio, Verónica Hidalgo, directora de Grupo de Cuentas para Kepel y Mata, señala que "apenas se comenzó a pensar en la idea del comercial de Fibertel, nos planteamos internamente en la agencia la necesidad de complementar el *insight* de la decisiones de verano, con una banda que potenciara los gags y fuera pegadiza". Así es como la seguidilla de situaciones pavotas se potencia con un teclado omnipresente y chirriante.

Si "la Feliz" y toda su comparsa de imágenes aparecen en estos spots (colas femeninas transportadas de una revista del año '87; obras teatrales con nombres como *Tanga y Cash*; bananas a toda velocidad por el agua; autos estancados; y gustos kitsch), la última campaña de 7-Up, llamada "Ocurrencias", optó por otro camino, literalizando el evento musical por excelencia: un recital. Hay una letra cargada de remates ingeniosos, una banda de sonido tierna y juguetona (compuesta por Jamón del Mar) y un evento masivo en el que se escucha un temazo (tal como se lee en un cartel escrito a mano). Más conexiones musicales: para el spot se hizo un recital de verdad donde tocaron algunas bandas del under de Mar del Plata, y luego lo hizo el protagonista del spot. Todo filmado por Pucho Mentasti, responsable del video de *Matador* de Los Fabulosos Cadillacs (por nombrar su video más recordado). Para Rodrigo Grau y Ramiro Rodríguez Cohen, autores de *Te clavo la sombrilla* y ahora directores generales creativos de BBDO, este comercial intenta ir más allá del espíritu del verano. "Da la casualidad que 7-Up tiene algunos valores de marca que se asocian al verano como la frescura y el optimismo. Teníamos la necesidad de algo fundacional con el nuevo concepto de 'Refrescá tu vida'. Tenía que ser transversal tanto para adolescentes como para gente más grande, rescatando una forma de vivir más positiva. El tema surgió como un recurso creativo a la hora de comunicar la historia." Todo ello puede resumirse en el coda cada vez más arriba que es el tema. La frase "Qué bueno vivir como esta gente", propulsada por una melodía, en cierto modo, deudora del estilo simple patentado por Rodolfo "No vamo' a trabajar" Zapata.



El sonido y el look de la costa

Ninguno de los entrevistados aceptará la palabra competencia entre pares para designar un ganador moral de la contienda; la mayoría tampoco concede en que el humor sea una herramienta nueva; acaso lo que haya ahora es un cambio de lógica. Verónica Hidalgo lo explica: "Hace años que el humor es un vehículo muy válido para comunicar un mensaje. Puede ser que antes los comerciales de verano se concentraran más en el look, la diversión y el 'levante' sin recurrir tanto al humor, pero en el caso de Fibertel lo que creo que es más efectivo es haber encontrado esta forma de hablar del verano bajado a situaciones con las que todo el

esta gente

Las campañas de las marcas apuntan a que los temas se canten en la playa, se metan en las discotecas, los pidan en los casamientos y llenen los espacios que habitualmente ocupaban artistas convencionales. "La música es el último lugar para la magia", dice un publicista. "Es un buen negocio", dice otro. Y el resto baila. De "El tema del verano" de CTI a las "Ocurrencias" de 7-Up.

mundo se siente identificado". Imagen y sonido, los dos granos de arena que deben conciliar para que el spot tenga pregnancia, palabra que elige Tchechenistky para explicar que por sobre todo debe primar la idea madre.

Lo suyo con Speedy era asociar el uso de Internet con los adolescentes.

¿Cómo se transforma un rostro común en fetiche del período más caliente del año? Por el casting, una herramienta importante en todos los casos, aunque en el caso de 7-Up fue fundamental. Lo admiten los creadores de la campaña: "Se hizo uno de actores y cantantes, de bandas conocidas y no tanto. De hecho, el cantante del comercial es un chico que está metido en el mundo de la música. Desde el momento que lo vimos, sentimos que tenía la presencia que necesitaba su personaje". Es así como en el momento en que el icono de la gaseosa arenga al público con un "¡Y claro!" la efervescencia llega a su máximo nivel, justo antes de que arrecie la tormenta sin que ya nada importe.

En la cresta, en la web, en todos lados

Entre los consultados no existe concordancia en si esta tendencia se transformará en género. "Sería un error definir una idea por una tendencia. Dependerá de la realidad y necesidades de cliente y del estilo de cada agencia", afirma Tchechenistky. Por su parte, Hidalgo cree que "evidentemente ya se está transformando casi en un clásico. Si vas a hacer un comercial para el verano, ¿por qué no vas a tratar de que sea el más memorable, impactante y divertido?".

En un punto todos se ponen de acuerdo: percibir aceptación o rechazo es muy fácil, y se puede saber de distintas maneras. "Ocurrencias" ya está siendo pedida para casamientos; y la web contametuhistoriaenversito.com no para de recibir estrofas. Otra: "A mí me tocó estar en la playa y escuchar en distintas oportunidades '¡Que bolú!' cuando alguien se estaba quemando los pies con la arena", relata la directora de Kepel y Mata.

Hay otro modo de medir la repercusión aún más rápida y fiable. "YouTube es exactamente eso, para muchas agencias se ha convertido en una herramienta tanto de inspiración como de medición. No se puede ignorar el hecho de hacer un comercial y encontrar miles de visitas espontáneas ahí", aporta Gariglio que ya vio imitaciones de lobos marinos en la web.

"Ocurrencias", por su parte, aparece bien alto entre los más comentados y favoritos de la semana pasada en YouTube (en la sección Film & Animation). Los directores de BBDO se sorprenden: "Entre los comentarios ahí, muchos dicen que lo tienen de ringtone, que ya lo subieron para descargar música o que su nick en el MSN es 'Quiero vivir como esta gente'".

Al fin y al cabo, no tiene por qué ser extraño: según los creativos, Internet bien puede conjugarse con la playa, argumento central de los comerciales de Fibertel, Speedy y CTI arropados en sonidos retro, inocentes, impulsivos o poperos. "Es que la música es la última forma de magia, no la podés ver, no la podés tocar, pero esa combinación de sonidos te hace vivir cosas, entre ellas alegría, felicidad, optimismo, todas sensaciones que se llevan bien con el verano", sostiene Gariglio, quien aún no sabe cuál será "el hit del verano que pasó".

Así describía Alfredo Casero la sustancia de su tema *Pizza conmigo*, incluso antes de comprobar que la misma canción fuera un hit. Claro que de haber estado en una tanda televisiva, esa duda hubiera sonado un poco más de lo saludable. ■



CLAVES DEL EXITO

"Que no sea un parto recordarla"

Fernando Buriasco, cerebro de Supercharango, una de las productoras de contenidos musicales más importantes del país y responsable del consistente "Que bolú" y la hormonal "Dame tu correo electrónico", da algunas claves para que una pieza triunfe: "Debe ser muy repetitiva, y hecha para bailar; o si no una buena melodía con un estribillo bien definido. Todo para que sea fácil de recordar, algo difícil ya que lo pegadizo suele ser de música medio pedorra. El quid de la cuestión es lograr muy buena música y que no sea un parto recordarla: ejemplo, toda la música de los '80".

EL CIRCUITO

Monedas, noche y arena

"Hoy, la música es cada vez más imagen, por eso esta época informatizada, computarizada, futurizada, se lleva tan bien con las tendencias que impone la publicidad." No es una frase de algún gurú de la Web 2.0 sino del creador de "'83 discotecas en 31 años de trayectoria en la noche", como se autodefine Gustavo Palmer, actual dueño de Ku Pinamar (y del resto de la marca en el país), de Gótica en Olivos y Club Aráoz en Capital. Consultado por el **NO** sobre la repercusión de la música de las publicidades en las discotecas, es categórico: "Empezó muy fuerte con la campaña de Quilmes que usaba un tema de la película *Trainspotting*. Y hoy se utilizan las discos, los clubes y pubs para reforzar las campañas. Además hay un constante asesoramiento a la gente de marketing de las marcas para que sepan qué está sonando fuerte o qué va a sonar". "El mayor rédito es tener un tema que potencie el comercial que hiciste y que puedas asociarte a éste, aun en lugares sin TV, como los boliches", explica Fernando Tchechenistky de DDB. El círculo se vuelve más virtuoso al extrapolar la veta comercial a la venta de discos, tal como sucedió con algunos artistas impulsados por una campaña, y también en el negocio de los ringtones: "Es un buen negocio", resume Tchechenistky.



JUEVES 14

Dancing Mood en Niceto Club, Niceto Vega 5510. A las 23.

Juan Ravioli en Thelonious Club, Salguero 1884 piso 1º. A las 21.30.

Ezequiel Finger Cuarteto en Virasoro Bar, Guatemala 4328. A las 22.

Antonio Birabent en El Nacional, Estados Unidos 308. A las 21.

Domínguez y Nunca Te Mentí en Makena Cantina Club, Fitz Roy 1519. A las 22.

Continun 4, Korioto y Lunika en Ejemplo Bar, Tribulato 235, San Miguel. A las 23.

Mariela Milstein en Morocho de Arrabal, Pasaje Carlos Gardel 3157. A las 20.

Sol en La Cigale, 25 de Mayo 722. A las 23.

Agustina Paz y Charolais en Libario Bar, Julián Alvarez 1315. A las 22.

Ariel Fullana (tributo a Sabina) **y Fabián Senes** (tributo a Silvio Rodríguez) en Mr. Jones, Saavedra 399, Ramos Mejía. A las 21.30.

Cristina Heras y Matías Martín Margo en Shilling Bar, Diagonal 3 entre Cantilo y 13, City Bell. A las 22.

Los Peyotes, Los Miedos y Pornoaural en Tronkos Pub, Tribulato 371, San Miguel. A las 22.

Uniendo Raíces en El Pastor, Moreno y San Luis, Mar del Plata. A las 24.

Muerte Lenta en el Balneario Paso Vera, Concepción del Uruguay, Entre Ríos. A las 17.

La Bomba de Tiempo en Abbey Road, Juan B. Justo 620, Mar del Plata. A la 0.30.

All The Hats en el campeonato de surf Vans Expression Session-Pro2, 502 entre 541 y 543, Quequén, Necochea.

Kinky en la Fiesta de la Manzana, Río Negro.

Dj Spitfire en Club 69, Federico Lacroze y Alvarez Thomas. A las 23.

Dj Rey Negro y Selector Hernán en Mutar Bar, Mitre 982 piso 1º, Avellaneda. A las 22.

Djs Zuker y Carlos Alfonsín en Niceto Club, Niceto Vega 5510. A la 1.

Djs Humphrey Inzillo y Campeón en Le Bar, Tucumán 422. A las 22.

Dj Fabián Dellamónica en Le Bar, Tucumán 422. A las 22.

Fiesta Gabba Gabba Jueves en el Salón Pueyrredón, Santa Fe 4560. A la 1.

VIERNES 15

Kinky en The Roxy Club, Federico Lacroze y Alvarez Thomas. A las 20.

Los Natas, Gran Martell y Dei Fragmenta en el Parque Lezama, Brasil y Paseo Colón. A las 20. Gratis.

Andrea Alvarez, Ignacia y dj Vanesa Shake (a las 21) **y The Spoonbenders, Law y Joe Palangana** (a las 22) en Plasma, Piedras 1856.

Me Darás Mil Hijos en Niceto Club, Niceto Vega 5510. A las 21.

Fantasmagoria en Kika, Honduras 5339. A la 0.30.

Estelares en Ay Otro Valdez, Liniers 376, Paraná.

Motor Loco en El Teatrito, Sarmiento 777. A las 19.

Falta y Resto en La Trastienda Club, Balcarce 460. A las 21.

Norris Trío en Virasoro Bar, Guatemala 4328. A las 22.30.

Boff en City Bar Pilar, Estanislao López 415, Pilar. A las 21.

Undios en Balón Rojo, Colectora Este 1921, Ingeniero Maschwitz. A las 22.

Luna Monti y Juan Quintero en No Avestruz, Humboldt 1857. A las 21.

Simurdiera, La Hora de la Bruja, La Mescalito y Adrede en Why Not?, Moreno y Maipú, Los Polvorines. A las 22.

Reggae Fever (Tributo a Bob Marley) en Uni Club, Guardia Vieja 3360. A las 24. A las 22.

La Blusarda en La Quadra Bar, Gaona 2195, Ramos Mejía. A las 22.30. Gratis.

Falsos Profetas en La Vaca Profana, Lavalle 3683. A las 22.

La Valvular en La Casa del Rock, 119 Nº 164, La Plata. A las 23.30.

Makas Blues y Lucho Cervi en Libario Bar, Julián Alvarez 1315. A las 22.

Ricardo Cavalli-Guillermo Romero (a las 21.30) **y La Cornetita** (a la 0.30) en Thelonious Club, Salguero 1884 piso 1º.

Raffo y Cía. en Mr. Jones, Saavedra 399, Ramos Mejía. A las 22.

Kirt en La Cigale, 25 de Mayo 722. A las 23.

Los Imbéciles y Montecarlo en Liberarte, Corrientes 1555. A las 22.

Loom en el Auditorio Bauen, Callao 360. A las 21.

Tumbamores en Frida Kahlo, Ciudad de la Paz 3093. A las 21.

Loco Suelto en Los Sospechosos Bar, Libertador 1070, Olivos. A las 24.

Resistencia Suburbana en Independencia y Juan B. Justo, Mar del Plata. A las 21.

Albatros, Solución Suicida y Crisandemia en la Vinoteca Perrier, España 2051, Mar del Plata. A las 22.

Santos Manon Tanto en El Ojo de las Artes, Libertador y De las Artes, Pinamar.

Muerte Lenta en Desafinados Bar, Urquiza 15, San José, Entre Ríos. A las 23.

Más Que Humano en Tony Center, 1 Nº 1778, Las Toninas. A las 23.30.

Uniendo Raíces en El Apolo XV, Punta Mogotes, Mar del Plata. A las 15.

Azafata en Rambla, 2 y peatonal 83, Necochea. Gratis. A las 18.

Kiosco en Abbey Road, J.B. Justo 620, Mar del Plata. A las 20.

Dj Baboolah en Rivadavia 846. A las 23.

Djs Fred y Fabián Dellamónica en Compass, Niceto Vega 5510. A la 1.

Dj Villa Diamante en Le Bar, Tucumán 422. A las 22.

Jamming Fiesta Reggae en Uni Club, Guardia Vieja 3360. A las 24.

Fiesta Hey en el Club Aráoz, Aráoz 2424. A las 24.

Fiesta Clandestina de Luxe con **Mimi Maura** en The Roxy, Lacroze y Alvarez Thomas. A la 0.30.



SABADO 16

2 Minutos y Shaila en The Roxy Club, Federico Lacroze y Alvarez Thomas. A las 19.

Bicicletas, No Lo Soporto y Hamacas al Río en el Parque Lezama, Brasil y Paseo Colón. A las 20. Gratis.

La Portuaria y Los Súper Ratones en el Anfiteatro Griego, Tristán Rodríguez Achával y Vera Peñaloza, Costanera Sur. A las 20.

Holy Piby (a las 21) **y Zonora Point, Sonido Martínez, Schall y djs G-Love, Nim y Villa Diamante** (a la 1) en Niceto Club, Niceto Vega 5510.

Fito Páez en La Trastienda Summer Club, Ruta 27 km 6,5, Tigre. A las 22.

Sancamaleón, Adenoma y Pasado Pisado en Santana Bar, Perón 414, Ramos Mejía. A las 21.30.

No Tan Distintos en la Casa Clandestina, Sarmiento 777. A la 0.30.

Los Amados en La Trastienda Club, Balcarce 460. A las 21.

Sergio Verdinelli Trío en Virasoro Bar, Guatemala 4328. A las 22.30.

Agosto y Sonotipo en el Teatro El Victorial, Piedras 720. A las 21.

La Violera en City Bar, Fondo de la Legua 2544, Martínez. A las 21.

Soundblazter en Sick Club, Alsina 921. A las 24.

Nunca es Tarde, Moother Horns, Pranksters y La Calle Invita en El Teatrito Popular, San Martín 3896, Florida. A las 20.

Srta. Carolina y Nancy Endrizzi en Plasma, Piedras 1856. A las 23. Gratis.

Barro y Temporal en el Bar Contacto, Bacacay 1715. A las 21.

Abril Cantilo y Los Cantilo en Libario Bar, Julián Alvarez 1315. A las 22.

Rispico, Urbanodélica y Lou Weed en Buenos Aires Club, Perú 571. A las 20.

La Pirucho's Bondis Band en Café de la Flor, Mendoza 862, Rosario. A las 24.

Manuel Ochoa-Ramiro Flores (a las 21.30) **y Nina y el Lobo** (a la 0.30) en Thelonious Club, Salguero 1884 piso 1º.

La Recalcada en Mr. Jones, Saavedra 399, Ramos Mejía. A las 22.

Mal Pasar en Desafío Rock, Mitre 1049, Moreno. A las 21.

Charlan Jáparos, Viabba y Santo Renegao en Marilyn, Florencio Varela 1964, San Justo. A las 22.

Aves de Paso en La Reina, Rivadavia 7806. A las 24.

El Abuelo, Carnauva y Curanto en la Plaza 25 de Mayo, Rafael Calzada. A las 16. Gratis.

Bela Lugosi, Mhisterya y Spinas en El Faro, Illia 309, San Justo. A las 23.

Los Clones en Libario Bar, Julián Alvarez 1315. A las 22.

Las Pelotas, Arbol, Iván Noble y Zero Frío en Del Libertador y 17 de Octubre, El Calafate, Santa Cruz. A las 19.

Resistencia Suburbana en La Mula Plateada, Alem 3425, Mar del Plata. A las 23.

Ratones Paranoicos, Mancha de Rolando y Pericos en el Balneario Las Toscas, Mar del Plata. A las 19.30. Gratis.

Estelares en Desorbitado Disco, Ruta 12 km 53, Cerrito, Entre Ríos.

Mavi Díaz en el Centro Cultural Villa Victoria Ocampo, Matheu 1851, Mar del Plata. A las 21.

Smitten y Cuerpo Celeste en Captain Blue, Tillard 115, Córdoba. A las 19.

Santos Manon Tanto en el Parador Robinson Crusoe, Pinamar.

Gazpacho y Kiosco en Rambla, 2 y peatonal 83, Necochea. Gratis. A las 19.

Djs Mina y Kiki Moorse en Bahrein, Lavalle 345. A la 1.

Dj Spitfire en El Infierno, Cárcano y Piamonte, Córdoba.

Fiesta Bailable de Rock'n'Roll en Tango Escuela Carlos Copello, Anchorena 575. A las 23.

DOMINGO 17

La Bufona Psicotrópica en Lavalle y el río, Vicente López. A las 16. Gratis.

Livity Songs en Lo de Garone, Bartolomé Cruz 1250, Vicente López. A las 22.

Argentos en Thelonious Club, Salguero 1884 piso 1º. A las 21.30.

Mr. Jones Band en Mr. Jones, Saavedra 399, Ramos Mejía. A las 21.

Ragazzas, Arruinado Pero Feliz y Cherno en Grooveland, Hipólito Yrigoyen 2166, Gerli. A las 18.

Carlos Guerrieri y Vanina Ferrari en Shilling Bar, Diagonal 3 entre Cantilo y 13, City Bell. A las 22.

Las Mil de Zafiro en Vicente López y Dorrego, Olavarría, provincia de Buenos Aires. A las 22.

Vibración Reggae e Isreal en el Parque Avellaneda, Directorio y Lacarra. A las 17. Gratis.

LUNES 18

La Bomba de Tiempo en el Centro Cultural Konex, Sarmiento 3131. A las 19.

Diego Mizrahi y Los Fulanos en Lawn Tennis Club, Olleros y Libertador. A las 18.

Verdeoscuro en La Cigale, 25 de Mayo 722. A las 23. Gratis.

MARTES 19

Divididos en La Trastienda Club, Balcarce 460. A las 21.

Diego Mizrahi y Los Fulanos en Lawn Tennis Club, Olleros y Libertador. A las 18.

Dj L'Epoque en Le Bar, Tucumán 422. A las 22.

MIERCOLES 20

She Devils y Mounstrousse en el Bar Fidel, Almafuerte 221, Mar del Plata. A las 24.

Lapouble-Puertas-Noble en Thelonious Club, Salguero 1884 piso 1º. A las 21.30.

Diego Spencer y dj Teem en Zizek! Urban Beats Club, Niceto Vega 5510. A las 24.

Djs Market y Coiffeur en Le Bar, Tucumán 422. A las 22.

SEBASTIAN KRAMER MUSICALIZO
“CAPITAL (TODO EL MUNDO VA A BUENOS AIRES)”

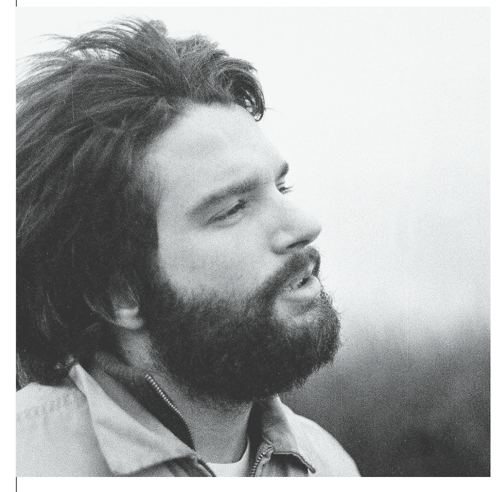
Otra criatura sin tierra

Hace un par de años, Kramer hizo la música del film que ahora se presentará en el Festival de Cine de Punta del Este. Todo llega.

POR J.G.

El ex guitarrista del ya mítico Jaime Sin Tierra, Sebastián Kramer, aparece de vez en cuando. Es arquitecto, es padre de una nena, se mueve entre Buenos Aires y Barcelona, y admite estar fuera del circuito del rock. Ni siquiera sabe cuándo sacó su último disco, *La futura mirada del ex tenista*. El **NO** le recuerda que fue en 2006. Kramer se ríe y pregunta: “¿Hace cuánto ya? Me parece que ahí toqué un poco, cuando vine de Barcelona. O si no toco cuando me invitan mis ex compañeros de Jaime Sin Tierra, también con mi hermano, que es El Robot Bajo el Agua, o con Juan Stewart. Y los Jackson Souvenirs, que es el baterista de Jaime y formó parte de la banda, pero tocan una vez por año. Estamos todos viejos ya”, se resigna Kramer revoleando los ojos claros al techo.

También enumera otras razones que vienen por detrás de la fiaca, como que no le gusta cantar y tocar la guitarra a la vez, entonces prefiere tocar sólo la guitarra que más o menos sabe



que lo hace bien. Ahora se le están juntando unas nueve canciones y piensa sacar su segundo disco solista, pero bromea con que si sigue con su ritmo poco prolífico, lo tendrá listo para dentro de dos años.

Otra aparición reciente de Kramer, teniendo en cuenta que *reciente* en su mundo pueden ser dos o tres años atrás, fue en la película *Capital (todo el mundo va a Buenos Aires)*, opera prima del misionero Augusto González Polo, que aún no fue estrenada en el circuito comercial pero sí premiada en Francia y exhibida en el Marfici y próximamente en Punta del Este. La película está contada a través de la mirada del protagonista, que llega a Buenos Aires desde su Misiones natal, pero retorna deprimido a su pueblo porque no pudo resistir la crudeza de la gran ciudad, y menos superar el abandono inexplicable de una chica de la que se enamoró. La película es una especie de radiografía de la generación de chicos melancólicos amantes de la música y las fiestas, donde la cerveza se toma del pico y a las 4 de la tarde.

“La verdad que fue bastante fácil hacer la música de esta película –dice Kramer–. Augusto me llamó ya habiendo escuchando mis discos, yo a él no lo conocía. El proyecto de la película la venía hace mucho, pero él tenía muy claro que quería mi música.” De esta forma charlaron largo y tendido, el guión le pareció divertido, y como el protagonista era un fanático de la música y de las frases de las canciones, entendió que el film requería mucha música. “No me tuve que adaptar mucho, es como que yo hacía lo mío. Muchas cosas que hice y que aparecieron en la película son proyectos de canciones que nunca les puse la parte vocal, y terminaron entrando en la peli”, cuenta Kramer, aunque también tuvo que hacer cosas más específicas, como un tango para una escena. No salió lo que se dice un tango sino un vals medio raro: “Yo no puedo hacer un tango”, se ríe.

Sebastián Kramer vio *Capital (todo el mundo va a Buenos Aires)* terminada en una función para los íntimos y quedó bastante conforme con el resultado. Cuenta que con el director se entendieron muy bien, lograron adaptarse, a pesar de que él estaba en Barcelona mientras se rodaba la película. Ahora Augusto está escribiendo una nueva película y Kramer espera que lo llame de vuelta para musicalizarla. Una de las similitudes entre el director y el músico es el gusto por Paul Thomas Anderson. “Veo mucho cine. El cine independiente americano me gusta bastante. Me gusta Wes Anderson, que por eso le puse a mi disco *La futura mirada del ex tenista*, basado en un personaje de la película *Los excéntricos Tenembaum*, de alguna manera me sentí un poco identificado.” No le gusta David Lynch, y sabe que será la eterna discusión con los cinéfilos: “Todos adoran a David Lynch y yo no lo entiendo”.

–¿Cuándo vuelve Jaime Sin Tierra?

–Estamos esperando el millón de dólares (*se ríe*). Una vez volvimos y fue una chantada. Fue mucha gente, estuvo buenísimo que no ensayamos nada. Pero bueno, nos divirtió mucho la idea. Yo creo que el impedimento más grande es que mi hermano está en otra ya. O sea, el personaje de Jaime Sin Tierra, que era un personaje muy trágico y conflictuado, de alguna manera, lo superó completamente.

TOMI LEBRERO HIZO LA MUSICA
DE “UPA, UNA PELICULA ARGENTINA”

“¿Por qué seremos tan dementes?”

Grabó el hit *Los chicos del cine independiente* para UPA y ahora, junto a su grupo Puchero Misterioso, logra vivir de la música.

POR J.G.

Ni bien se enteró del guión de *Upa, una película argentina*, Tomi Lebrero comprendió por qué lo habían convocado para musicalizarla. *Los chicos del cine independiente*, la canción que escribió hace unos cinco años, había llamado la atención de los directores porque delineaba a la perfección ese mundillo de cine indie made in Bafici que ronda el Abasto una vez al año. El film, que se estrenó el año pasado, consiste en que un director, una productora y una actriz, juntan sus energías para hacer una película independiente, y en el afán de conseguirlo y pertenecer al snobismo porteño, filman en condiciones pobrísimas, se traicionan entre ellos, y pasan por situaciones impensadas para cualquier director de cine que se precie.

¿Por qué seremos tan dementes los chicos del cine independiente?, canta Lebrero en la canción que llamó la atención de Santiago Giralt, Camila Toker y Tamae Garateguy, los directores de la película argentina en cuestión. “No me gusta ponerme en lugar de juez a criticar, en todo caso si lo hago, también me estoy autoobservando. Y en esa instancia, si hay una crítica, es a cierto snobismo porteño, estamos siempre tan interesados por la tendencia que muchas veces se nos escapa lo auténtico”, dice Lebrero al **NO** desde el Cerro Uritorco, en plena meditación y en plan vacaciones zen.

Tomi Lebrero se acompaña del Puchero Misterioso, su grupo de músicos, quienes, a pesar de las características del mercado musical, logran vivir de la música. “Como dice Chiquita Legrand, el público se renueva, así que explicaré una vez más por qué se llama Puchero Misterioso. Hay un disco del Tata Cedrón en el cual entrevista a Raúl González Tuñón, en el que comentan de una antigua fonda de Buenos Aires con ese nombre, que reunía todo tipo de personajes: anarquistas, obreros, intelectuales”, cuenta Tomi a propósito de la historia que escuchó una y mil veces en su adolescencia, y le pegó tanto que al llegar el momento de bautizar la banda, sumado cierto eclecticismo que la caracterizaba, le pareció un nombre adecuado.

Si bien no es puramente rock lo que despunta Tomi, los comienzos nacieron naturalmente desde allí. Su hermana pasaba canciones infantiles a la guitarra y Tomi a los 8 ya quería ser rockero, “así que me subí a esa ilusión y empecé a rasguear las cuerdas hasta el día de hoy. Creo que he traicionado un poco ese sueño”, recuerda. Hoy Tomi reconoce entre sus influencias a Bach, Valeria, Verdi, Ligeti, también música de la India y a Cacho Castaña, especialmente su tema *Si te agarro con otro te mato*: dice que hay mucha claridad en esa letra. Entonces, ya alejado del rock, Tomi aprendió guitarra en el conservatorio de La Lucila y estudió música en la UCA. “Es decir, tengo bastante academia, cosa que me ha hecho más antiacadémico. Hubo también maestros que me marcaron como Ricardo Vilca, Rodolfo Mederos, Ricardo Lew, Pablo Martínez Zuviría. Y otras figuras que me guían desde un escenario y que siempre que puedo voy a ver, como Juan Falú, Hermeto Pascoal y Cabrera.”

Volviendo a *Upa, una película argentina*, cualquiera que la haya visto comprende enseguida la intención de los directores: reírse del propio snobismo del cine indie, mostrarlo desnudo en una película, sin llegar a ser una



crítica feroz. El mismo Tomi Lebrero se considera tan clásico e “intelectualoso” que le avergüenza develar sus directores de cine preferidos, entre los que ubica a Fellini, Bresson, Bergman, Godard, Sokurov, Cassavetes, Herzog y Glauber Rocha. “No se olviden de nosotros, los porteños, los australes, los que amamos solamente lo arrogante. ¿Por qué seremos tan dementes los chicos del cine independiente?”, se pregunta Lebrero sobre el final de la canción en la que también escribe sobre él.













Patchanka

Fico, de Massacre, se repone del accidente

"La fase más crítica está siendo superada. Esperamos y confiamos en la fuerza de Fico. Día a día que pasa se va reduciendo el riesgo de vida." Con esas palabras, los Massacre se refirieron en su sitio web oficial al estado de salud de su guitarrista Federico "Fico" Piskorz, quien fuera atropellado por un automóvil hace dos semanas, en un accidente que le costó la vida a su novia. Fico permanece internado en el Hospital Italiano, donde ya fue operado dos veces y donde en quince días se le realizará una nueva intervención. Fuerza, che.

White Stripes, Franjas blancas

Han pasado diecisiete años del "hasta la vista, baby" de Terminator 2, y el idioma castellano sigue resultando cool para muchos gringos. Ahora les tocó a los White Stripes, que lanzarán su nuevo single (Conquest) traducido al español, y rebautizado como Conquista. El afán castellanizador no termina ahí, ya que la propia banda de los hermanos White (¿Blanco brothers?) adaptará su nombre al español, ya que el simple aparecerá firmado por Las Rayas Blancas. ¿Abre esto la puerta para el surgimiento de los Paranoid Mice, The Grandparents of Nothing o los The Other Me? Qué peligro...

¡Paren las rotativas, actualicen la página!

Alud de primicias rockeras sepulta la redacción del **NO**. Los Dancing Mood anticipan la salida de su DVD esta noche desde las 23 en Niceto. Yoko Ono demandó al cantante Lennon Murphy por anunciar sus conciertos bajo el nombre "Lennon". Los mexicanos de Kinky siguen presentando en la Argentina su disco **Reina** y tocan mañana a las 21 en The Roxy. La Unión de Músicos Independientes festeja que la Justicia haya considerado inconstitucionales tres artículos de la ley post-Cromañón que regula los recitales en la Ciudad, en el juicio que la UMI le está haciendo al gobierno porteño. Mañana –desde la 1.30 en The Roxy–, Mimi Maura mostrará algo de su nuevo álbum **Mirando caer la lluvia**, al tiempo que será la principal atracción de la Fiesta Clandestina Deluxe, que promete clowns, zapadas y cerveza libre. Próximamente (bah, el jueves que viene) más noticias...

Un centro social por los fierros

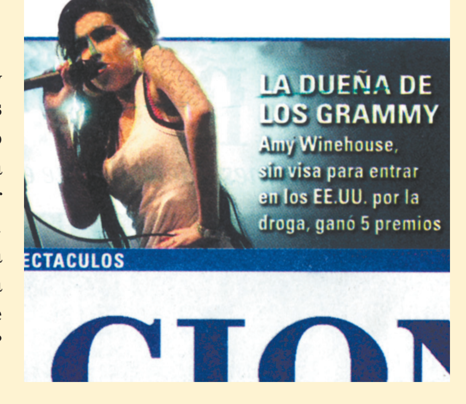
"Dale una mano al Mecano" (¡cuidado con la rima!) es el slogan del Centro Social el Mecano, un taller recuperado que promueve la creación de una escuela de oficios. El lugar, ubicado en Palermo, pertenecía a Dante Guede, quien fue secuestrado y desapareció durante la dictadura, y hoy su hijo Ulises es quien lleva adelante la iniciativa social en el mismo edificio, con clases y talleres de metalurgia, herrería, mecánica y guitarra. ¿Querés ver más? Escribí a elmecano@hotmail.com Dale una mano...

El surf que le gusta a la gente

Una buena para el surfer australiano con dreadlocks que todos llevamos dentro: hoy es el día del Vans Expression Session Pro2, o sea, un campeonato de surf (modalidad "best trick") que tendrá lugar en Quequén, Necochea, y que además del torneo –que ofrece 4 mil pesos para el ganador– también propone "tuneo" de tablas y zapatillas, exhibición de skate y bike, y concierto de la banda surfer rosarina All The Hats. Si estás en Necochea, Reta o Claromecó, da para ir...

Igual, todo bien

La británica, bardera y talentosa Amy Winehouse fue la gran ganadora de los últimos Grammy (con cinco), pero no le fue sencillo conseguir su visa para ingresar a los Estados Unidos y asistir a la ceremonia de entrega de premios. De hecho, le fue imposible. La noticia llegó a la tapa de La Naci n, con una mirada muy clara: los quilombos de Amy son "por la droga". ¿La aspirina? ¿La efedrina? ¿El ibupirac fem?



Circo rumano

T tulo: Incendio destruye pub rockero.
Protagonistas: Fuego (calor y luz producidos por combustión), The Hawley Arms (pub rocker de Londres).
Palabras clave: Llamas, humareda, fósforo, querosén, matafuegos.
QuØ pas : El incendio ocurrido el último fin de semana en la zona comercial londinense de Camden Town destruyó a The Hawley Arms, un pub que brindaba cobijo, música y escabio a muchos habitués de la escena rock local, como Pete Doherty, Amy Winehouse o los Razorlight. El pub, años atrás, era escenario de reunión de los Hell Angels, aquellos rockers en moto que contaban con tan mala prensa como Bin Laden. Menos mal que ahora ya no paran ahí porque, si no, hubiesen sido una fija a la hora de buscar algún motoquero expiatorio...

Roc(k)cionario

Discoteca (sustantivo, femenino). Local público donde sirven bebidas y se baila al son de música disco. Ejemplo: "Cuando estás en una discoteca bien a gusto, escuchando música buena y te ponen una canción tuya para darte el gusto... ufff, te parece la peor de la noche" (Manu Chao, revista Soy Rock, enero de 2007). **J.A.**

Clara de Noche

textos: maicas y carlos trillo dibujos: bernet

